

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Bisnis *Cafe* di Bojonegoro saat ini semakin berkembang ditengah masyarakat salah satunya yaitu Garasi *Cafe* Bojonegoro. Dalam masyarakat bisnis *Cafe* telah menjadi gaya hidup masyarakat serta kebiasaan seseorang. Islam tidak mengajarkan adanya mengambil keuntungan dengan sesuka hati mereka untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Namun realita bisnis menunjukkan bahwa sebagai seorang bisnis merupakan aktivitas ekonomi manusia yang bertujuan hanya mencari keuntungan semata. Oleh karena itu, cara apapun dilakukan hanya untuk mendapatkan tujuannya.¹

Maka dalam Islam cenderung dengan tidak mematuhi etika yang telah ada dimana pebisnis sering kurangnya mematuhi etika dalam bisnis. Sehingga akan menimbulkan bisnis yang kurang sehat antara pebisnis lainnya, contoh pengusaha yang menjelekkan atau saling menilai negatif rekan bisnis. Sehingga jika tidak diatasi tentu akan menimbulkan persoalan di kalangan dunia bisnis yang tidak sehat.²

Dalam prinsip etika bisnis Islam terdapat adanya saling jujur, percaya dan keadilan. Sehingga berkembang adanya etos kerja kekeluargaan antara pemilik usaha dengan karyawan. Kejujuran tidak hanya sebagai kunci sukses pelaku bisnis melainkan juga etika bisnis modern menekankan pada prinsip-prinsipnya.

¹ Leli Rosiyana, "Implementasi Etika Bisnis Islam Guna Membangun Bisnis yang Islami," *Administrasi Bisnis*, No. 1 Vol. 53, (2017), h. 197.

² Yusuf Qordhwi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, (Jakarta: Gema Insani, 1997), h. 36.

Oleh karena itu, akan munculnya kepercayaan antara penjual kepada pembeli tercipta sendirinya, makna kepercayaan yaitu elemen mendasar dalam etika bisnis.³

Dunia bisnis pasti terdapat adanya masalah-masalah yang muncul seperti penawaran barang atau jasa yang tidak sebanding, tidak ada keterangan yang menyatakan jelas memang itu benar adanya, kecurangan dalam timbangan dan takaran, salah dalam melakukan pemesanan dan tentu akan ada jalan alternatif untuk masalah tersebut. Dilihat secara realitas, dunia bisnis tanah air masih melihat etika bisnis sebagai sesuatu yang asing, yang sangat sulit diterapkan pada dunia pebisnis. Adanya tuntutan dalam bekerja merupakan sebuah kemustahilan bagi setiap muslim agar kebutuhan hidup terpenuhi.

Selain itu pada pelayanan yang dilakukan haruslah pelayanan sesuai dengan kaidah Islam yang sudah memenuhi aspek jujur, suka menolong, keramahan, amanah, serta adanya kata maaf dan terima kasih. Pelayanan yang dilakukan juga harus adanya batas-batas yang diperbolehkan syariah. Sikap pelayanan cepat dan tepat serta keramahan merupakan layanan yang harus diberikan kepada pembeli.

Fungsi dari etika bisnis Islam adalah sebagai *controlling* (pengatur) terhadap aktivitas ekonomi perdagangan, karena secara filosofi etika mendasarkan dari pada nalar ilmu dan agama untuk menilai. Dengan begitu maka setiap pebisnis harus memiliki pengetahuan tentang etika bisnis Islam agar terhindar dari tindakan yang dilarang Allah SWT. Nilai dasar dalam etika bisnis

³ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis Menangkap Spirit Ajaran Langit dan esan Moral Ajaran Bumi*, (Jakarta: Niaga Swadaya, 2012), h. 34-36.

Islam diantaranya kesatuan atau tauhid (*unity*), keseimbangan (*balance*), kehendak bebas (*free will*), tanggung jawab (*responsibility*), dan kebajikan (*ihsan*).⁴ Fakta yang ada sekarang banyak terjadi pergeseran etika dalam berbisnis yang terlibat transaksi riba, mengambil keuntungan yang tidak wajar, mengurangi takaran, penipuan, *gharar*, penimbunan dan lainnya. Sehingga pebisnis harus memiliki etika bisnis dalam dirinya agar mengetahui bisnis yang dijalankan sudah benar atau belum dalam Islam.

Bisnis yang berkembang di Indonesia saat ini sangatlah beragam salah satu yang diminati oleh pebisnis saat ini adalah bisnis *cafe* yang menyediakan berbagai macam makanan dan minuman. Bisnis ini tergolong sangat menguntungkan apalagi banyak yang menyukai jenis makanan dan rasa yang ditawarkan. Pada saat ini pengusaha *cafe* berlomba-lomba untuk memberikan pelayanan terbaik kepada konsumennya.⁵ Dari mulai mendesain tempat agar terlihat menarik dan menyajikan menu andalan mereka. Sehingga dengan pola kehidupan dan kebutuhan masyarakat terhadap kegemaran dalam mengabadikan setiap momen dengan berfoto, dimana konsumen masa kini menyukai tempat makan atau *cafe* dengan motif spot berfoto yang telah disediakan *cafe* tersebut tanpa melihat kualitas dan kuantitas isi di dalam *cafe* tersebut apa sudah sesuai dengan etika bisnis Islam.

⁴ Erly Juliani, "Etika Bisnis Islam: Konsep Dan Implementasi Pada Pelaku Usaha Kecil", *Jurnal Manajemen Gajayana*, No. 1, Vol 6, (Juni, 2009), h.12.

⁵ Ayu Kusuma (Admin Garasi *Cafe* Bojonegoro), *Wawancara*, Kapas Bojonegoro, 18 Maret 2022.

Garasi *cafe* merupakan salah satu *cafe* yang ada di Bojonegoro dan menjadi objek penelitian dengan menyediakan berbagai hidangan dalam bentuk daftar menu dengan berbagai makanan siap saji, dari mulai jenis-jenis minuman hingga berbagai macam makanan serta jus dan snack. Masalah yang terjadi terhadap pelayanan yaitu pada saat *pre order* atau pemesanan yang terjadinya kesalahan *order* pada pihak pelanggan dengan pihak Garasi *Cafe* di Bojonegoro saat pemesanan dalam menghadirkan menu yang telah di *order* atau dipesannya. Misal yang telah terjadi yaitu daftar menu yang dipilih yaitu menu *burger*, *banana fritter*, *crispy chicken steak*, *thai tea* dan *milk shake strawberry*. Dari semua hal tersebut dimana yang diberikan pihak *cafe* yaitu *banana fritter* diganti pisang coklat dan *thai tea* diganti dengan menu lemon tea tanpa sepengetahuan pelanggan. Dimana pada saat dihadirkan pada pelanggan tidak sesuai apa yang dipesan.⁶

Namun, apa yang terjadi ketika menghadirkan pesanan yang tidak dipesannya oleh pelanggan dari pihak Garasi *Cafe* Bojonegoro terhadap informasi mengenai menu yang telah disajikan tersebut tentu akan menimbulkan berbagai persoalan terhadap hubungannya dengan pelanggan mengenai kesalahan *order* atau pemesanan. Hal ini tentu tidak sedikit ada pelanggan yang merasa kecewa karena merasa kurangnya diperhatikan sebagai konsumen.

Berdasarkan hasil survey penelitian secara langsung, *cafe* yang cocok untuk diteliti adalah Garasi *cafe* Bojonegoro. Karena *cafe* tersebut merupakan *cafe*

⁶ Lina Nur (Konsumen Garasi *Cafe* Bojonegoro), *Wawancara*, Mulyoagung, 28 Maret 2022.

yang cukup terkenal di Bojonegoro. Dalam hal ini Garasi *Cafe* Bojonegoro mempunyai daya tarik tersendiri dalam menarik konsumen. *Cafe* ini juga menawarkan berbagai macam makanan dan minuman serta area spot berfoto khususnya para remaja. Tempat strategis yang terletak di pusat kota dan kenyamanan dari *cafe* ini juga terjaga.⁷ Selain itu *cafe* ini sering disewa untuk dijadikan sebagai tempat pernikahan.

Di Bojonegoro setidaknya terdapat beberapa *cafe* yang cukup terkenal, sehingga dengan adanya prinsip-prinsip etika bisnis Islam. Sehingga peneliti menginginkan untuk memecahkan problem paktek bisnis pada salah satu *cafe* di Bojonegoro yakni Garasi *cafe* Bojonegoro dengan menerapkan etika bisnis Islam terhadap pelayanan informasi pada pelayanan pelanggan. Karena di era sekarang yang semakin modern, banyak pebisnis yang mengabaikan etika bisnis dalam Islam. Pada mulanya etika bisnis muncul ketika kegiatan bisnis tidak luput dari etika itu sendiri. Salah satunya menipu dalam bisnis, mengurangi takaran, terlibat transaksi riba. Maka peneliti tertarik mengambil penelitian ini dengan judul **”ANALISIS PELAYANAN BISNIS GARASI CAFE DI BOJONEGORO PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM ”**.

⁷ Lina Nur (Konsumen Garasi *Cafe* Bojonegoro), *Wawancara*, Mulyoagung, 28 Maret 2022.

B. DEFINISI OPERASIONAL

Untuk memudahkan pemahaman dalam penelitian ini, penulis perlu menjelaskan definisi operasional agar tidak terjadi kesalahpahaman dalam penelitian ini:

1. *Cafe*

Cafe adalah minuman kopi namun digunakan sebagai nama tempat dimana orang-orang berkumpul atau sekedar bersantai untuk melepas lelah setelah beraktivitas sambil minum kopi.⁸ Seiring perkembangan, *cafe* bukan hanya menyediakan kopi, tetapi juga minuman lain serta makanan ringan.

2. Bisnis

Bisnis berarti keadaan dimana seseorang atau sekelompok orang sibuk melakukan pekerjaan yang menghasilkan keuntungan. Kata bisnis terdapat tiga penggunaan, tergantung bagaimana penggunaannya kata bisnis dapat merujuk pada badan usaha, yaitu kesatuan yuridis (hukum), teknis, dan ekonomi yang bertujuan mencari laba dan keuntungan. Bisnis dalam arti luas adalah menggambarkan semua aktivitas dan institusi yang memproduksi barang atau jasa dalam kehidupan sehari-hari.

3. Etika Bisnis Islam

Etika bisnis Islam adalah sejumlah perilaku etis bisnis (*akhlaq al islamiyah*) yang dibungkus dengan nilai-nilai syariah yang mengedepankan

⁸ Kanalinfo. "apa pengertian *cafe*?", dalam <https://www.kanalinfo.web.id/pengertian/kafe/cafe>, diakses pada 5 April 2022.

halal dan haram. Perilaku yang etis yaitu perilaku yang mengikuti perintah Allah dan menjauhi larangan-Nya. Sedangkan menurut Djakfar, etika bisnis Islam adalah norma-norma etika yang berbasiskan al-Qur'an dan Hadist yang harus dijadikan acuan oleh siapapun dalam aktivitas bisnis.⁹

C. IDENTIFIKASI DAN BATASAN MASALAH

1. Identifikasi Masalah

Dari latar belakang yang telah dipaparkan bahwa, terdapat pelayanan pada saat *pre order* atau pemesanan yang terjadinya kesalahan *order* pada pihak pelanggan dengan pihak *Garasi Cafe* di Bojonegoro pada saat pemesanan dalam menghadirkan menu yang telah di *order* atau dipesan. Dan pelayanan yang dilakukan apakah sudah menerapkan etika bisnis Islam atau tidak menerapkan hal tersebut jika melakukan bisnis. peneliti memberikan identifikasi masalah yang akan dijadikan bahan penelitian yaitu analisis pelayanan bisnis *Garasi cafe* Bojonegoro prespektif etika bisnis Islam.

2. Batasan masalah

Tujuan pembatasan masalah ini agar ruang lingkup penelitian tidak terlalu luas dan lebih berfokus untuk menghindari kesalahan agar tidak menyimpang dari pokok permasalahan yang ada serta mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Berdasarkan rumusan masalah, maka penelitian ini menitikberatkan pada analisis pelayanan bisnis *Garasi cafe* Bojonegoro prespektif etika bisnis Islam.

⁹ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis, Menangkap Spirit Ajaran Langit dan Pesan Moral Ajaran Bumi*, (Jakarta: Penebar Plus, 2012), h. 30.

D. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang permasalahan tersebut, maka dapat ditarik rumusan masalah :

1. Bagaimana praktik kesalahan *order* dan *pre order* terhadap pelanggan Garasi *cafe* Bojonegoro?
2. Bagaimana tinjauan etika bisnis Islam terhadap praktik kesalahan *order* dan *pre order* di Garasi *cafe* Bojonegoro?

E. TUJUAN PENELITIAN

Tujuan yang ingin dicapai oleh peneliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mendeskripsikan, mengetahui dan menganalisis praktik kesalahan *order* dan *pre order* terhadap pelanggan Garasi *cafe* Bojonegoro.
2. Untuk mengetahui tinjauan etika bisnis Islam terhadap praktik kesalahan *order* dan *pre order* di Garasi *cafe* Bojonegoro.

F. KEGUNAAN PENELITIAN

Dari hasil penelitian diharapkan dapat bermanfaat bagi penulis maupun pembaca, berikut kegunaan dari hasil penelitian ini adalah:

1. Kegunaan Secara Teoritis

Kegunaan teori ini diharapkan dapat menambah hasanah baru lagi tentang analisis pelayanan bisnis Garasi *cafe* Bojonegoro prespektif etika bisnis Islam. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai acuan bagi pihak-

pihak yang akan melakukan penelitian di masa mendatang yaitu dengan tema etika bisnis Islam serta dapat menyempurnakan teori yang sudah ada.

2. Kegunaan Secara Praktis

Kegunaan praktis penelitian ini diharapkan dapat:

- a. Memberikan jawaban dan pembahasan terhadap permasalahan dalam penelitian ini yakni analisis pelayanan bisnis Garasi *cafe* Bojonegoro prespektif etika bisnis Islam.
- b. Memberi masukan dan pengetahuan bagi pihak terkait dengan permasalahan yang diteliti yaitu analisis pelayanan bisnis garasi *cafe* Bojonegoro prespektif etika bisnis Islam.
- c. Menambah referensi bagi UNUGIRI khususnya prodi Hukum Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah dan Adab sehubungan dengan analisis pelayanan bisnis Garasi *cafe* Bojonegoro prespektif etika bisnis Islam.

G. PENELITIAN TERDAHULU

Penelitian terdahulu yang relevan terkait dengan pembahasan penelitian ini adalah:

1. Sidqi Amalia Izzati, “Penerapan Etika Bisnis Islam di Boombu Hot Resto Tegal” Skripsi Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang Tahun 2015. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penerapan etika bisnis Islam di Boombu Hot Resto Tegal.¹⁰

¹⁰ Sidqi Amalia Izzati, “Penerapan Etika Bisnis Islam di Boombu Hot Resto Tegal” (Skripsi--Universitas Islam Negeri Walisongo, Semarang, 2015), h. 16.

Adapun persamaan dengan penelitian sekarang adalah sama-sama membahas terkait etika bisnis Islam. Sedangkan perbedaan antara keduanya yaitu penelitian sebelumnya hanya fokus pada penerapan etika bisnis Islam saja. Sedangkan penelitian ini berfokus analisis pelayanan pada kesalahan *order* dan *pre order* terhadap pelanggan Garasi *cafe* Bojonegoro dengan menggunakan teori Etika Bisnis Islam (EBI) dan *hasan wa qabih*.

2. Retno Putriani, “Strategi Pedagang Muslim Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Di Pasar Wage Nganjuk” Skripsi IAIN Tulungagung Tahun 2017. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kondisi persaingan bisnis antar pedagang serta strategi yang dilakukannya. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa persaingan bisnis di pasar Wage Nganjuk secara keseluruhan berjalan dengan baik, walaupun ada beberapa diantaranya melakukan persaingan yang tidak sehat. Kemudian strategi dalam pasar Wage Nganjuk secara keseluruhan yang dijalankan pedagang muslim telah sesuai dengan ajaran Islam.

Adapun persamaan penelitian Retno dengan sekarang yakni peneliti Retno fokus dengan strategi pedagang muslim dalam menghadapi persaingan bisnis di Pasar Wage Nganjuk sedangkan penelitian penulis fokus analisis pelayanan pada kesalahan *order* dan *pre order* terhadap pelanggan Garasi *cafe* Bojonegoro dengan menggunakan teori Etika Bisnis Islam (EBI) dan *hasan wa qabih*.¹¹

¹¹ Retno Putriani, “Strategi Pedagang Muslim Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Di Pasar Wage Nganjuk” (Skripsi–IAIN Tulungagung, 2017), h.11.

3. Novi Hanifah, "Analisis Strategi Bisnis Telkomsel Dalam Menghadapi Persaingan" Skripsi Universitas Lampung Tahun 2016. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah strategi yang digunakan Telkomsel sudah tepat untuk menghadapi persaingan bisnis.

Adapun Penelitian Novi dengan penelitian penulis yakni sama-sama meneliti mengenai bisnis. Sedangkan perbedaan penelitian Novi dengan penelitian penulis yakni penelitian Novi fokus dengan bisnis Telkomsel dalam menghadapi persaingan, sedangkan peneliti fokus analisis pelayanan pada kesalahan *order* dan *pre order* terhadap pelanggan Garasi *cafe* Bojonegoro dengan menggunakan teori Etika Bisnis Islam (EBI) dan *hasan wa qabih*.¹²

4. Elmi Izzatul Maisyah, "Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Pasar Syariah az-Zaitun 1 Surabaya" Skripsi UIN Sunan Ampel Surabaya Tahun 2016.¹³ Pada penelitian menunjukkan pendirian dan persyaratan sudah sesuai dasar al-Qur'an dan al-Hadis, sedangkan penerapannya belum sepenuhnya sesuai syariat Islam yang telah ada.

Adapun persamaan dengan penelitian sekarang yakni membahas tentang etika bisnis Islam. Sedangkan perbedaan dengan penelitian penulis analisis pelayanan pada kesalahan *order* dan *pre order* terhadap pelanggan Garasi *cafe* Bojonegoro dengan menggunakan teori Etika Bisnis Islam (EBI) dan *hasan wa qabih*.

¹² Novi Hanifah, "Analisis Strategi Bisnis Telkomsel Dalam Menghadapi Persaingan" (Skripsi–Universitas Lampung, 2016), h.13.

¹³ Elmi Izzatul Maisyah, "Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Pasar Syariah az-Zaitun 1 Surabaya", (Skripsi – UIN Sunan Ampel, Surabaya, 2016), h. 10.

H. KERANGKA TEORI

Agar penelitian ini mempunyai landasan teori yang baik, maka akan dijelaskan kerangka teori yang berkaitan dengan objek yang diteliti, diantaranya:

1. Etika Bisnis Islam

Etika merupakan cabang filsafat yang mengajarkan baik buruknya perilaku manusia. Di Indonesia studi tentang etika dalam ekonomi dan bisnis atau muamalah disebut etika bisnis. Sedangkan dalam Islam bisa disebut dengan etika bisnis Islam.

Berbisnis merupakan aktivitas yang sangat dianjurkan dalam ajaran Islam. Bahkan, Rasulullah SAW pun telah menyatakan bahwa 9 dari 10 pintu rezeki adalah melalui pintu berdagang. Artinya melalui jalan perdagangan inilah pintu-pintu rezeki akan dapat dibuka, sehingga karunia Allah SWT terpancar daripadanya. Jual beli merupakan sesuatu yang diperbolehkan, sebagaimana firman Allah SWT dalam surat Al-Baqarah ayat 275:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَٰلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ

فَأَنْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

Artinya : Orang-orang yang memakan (bertransaksi dengan) riba tidak dapat berdiri, kecuali seperti orang yang berdiri sempoyongan karena

kesurupan setan. Demikian itu terjadi karena mereka berkata bahwa jual beli itu sama dengan riba. Padahal, Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Siapa pun yang telah sampai kepadanya peringatan dari Tuhannya (menyangkut riba), lalu dia berhenti sehingga apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada Allah. Siapa yang mengulangi (transaksi riba), mereka itulah penghuni neraka. Mereka kekal di dalamnya.

Rasulullah telah mengajarkan kepada umatnya untuk berdagang dengan menjunjung tinggi etika bisnis Islam. Dalam beraktivitas ekonomi, umat Islam dilarang melakukan tindakan bathil. Namun dalam kegiatan ekonomi yang harus dilakukan adalah saling ridho. Allah berfirman dalam surat An-Nisa 29 :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya : Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan cara yang batil (tidak benar), kecuali berupa perniagaan atas dasar suka sama suka di antara kamu. Janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.

Ajaran etika bisnis Islam pada prinsipnya menuntut manusia untuk berbuat baik pada dirinya sendiri, kepada setiap manusia, dan kepada lingkungan alam sekitarnya, dan kepada tuhan selaku penciptanya. Terdapat prinsip-prinsip antara lain keesaan tuhan atau tauhid (*Unity*), keseimbangan

(*balance*), kehendak bebas (*free will*), tanggung jawab (*responsibility*), dan kebajikan (*ihsan*)¹⁴

Secara umum prinsip etika bisnis Islam dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Tauhid atau Kesatuan (*Unity*)

Dari prinsip tauhid ini, dalam bidang ekonomi mengantarkan para pelaku bisnis untuk berkeyakinan bahwa harta benda adalah milik Allah Swt. Prinsip ini memadukan seluruh aspek kehidupan muslim, baik dalam ekonomi, politik, sosial, maupun agama. Dalam pandangan Allah SWT semua itu sama, yang membedakan hanyalah ketakwaan.¹⁵

b. Keseimbangan (*Balance*)

Perlu diperhatikan bahwa Islam sangat menuntut keseimbangan. Dalam beraktivitas di dunia bisnis atau perdagangan, Islam mengharuskan untuk berbuat adil, tak terkecuali kepada pihak yang tidak disukai. Islam mengharuskan penganutnya untuk berperilaku adil dan berbuat kebaikan.¹⁶ Serta berlaku adil harus didahulukan dengan bersikap baik kepada sesama. Seperti menyempurnakan takaran atau timbangan dan seimbang dalam menetapkan harga.

c. Kehendak Bebas (*free will*)

¹⁴ Erly Juliani, "Etika Bisnis Islam: Konsep Dan Implementasi Pada Pelaku Usaha Kecil", *Jurnal Manajemen Gajayana*, No. 1, Vol 6, (Juni, 2009), h.12.

¹⁵ Syed Nawab Naqvi, *Ethict and Economics: An Islamic Syntesis*, telah Diterjemahkan oleh Husin Anis: *Etika daan Ilmu Ekonomi suatu Sintesis Islami*, (Bandung: Mizan, 1993), h. 50-51.

¹⁶ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis...*, 23.

Dalam hal ini manusia diberikan kehendak bebas (*free will*) untuk mengendalikan kehidupannya dalam sehari-harinya seperti halnya diciptanya manusia di bumi. Dengan tanpa mengabaikan kenyataan bahwa ia sepenuhnya dituntun oleh hukum yang diciptakan Allah SWT, ia diberi kemampuan untuk berfikir dan membuat keputusan, memilih jalan hidup yang diinginkan, yang paling penting untuk bertindak berdasarkan aturan dalam hidup. Namun kebebasan tersebut bukan berarti kebebasan yang tanpa mempunyai batas. Dalam aspek bisnis pembisnis memiliki kebebasan dalam hal ini bekerja.

Kehendak bebas diasosiasikan dengan potensi manusia untuk bertindak tanpa paksaan dari luar. Sebagaimana dalam muamalah, kebebasan dalam mengembangkan mekanisme pasar jelas diinginkan dalam Islam tanpa ketidakadilan. Di dalam bisnis itu tidak boleh ada unsur paksaan, karena segala kepentingan yang mengandung unsur paksaan bertentangan dengan hukum, sehingga kebebasan dalam melakukan usaha harus dijunjung tinggi selama kebebasan itu tidak melanggar norma-norma syariat Islam. Prinsip ini harus diwujudkan dengan kehidupan sosial yang berlaku yaitu infaq, zakat, dan sedekah. Sebagaimana disebutkan dalam Q.S An-Nisa ayat 85:

مَنْ يَشْفَعْ شَفَعَةً حَسَنَةً يَكُنْ لَهُ نَصِيبٌ مِّنْهَا وَمَنْ يَشْفَعْ شَفَعَةً سَيِّئَةً يَكُنْ لَهُ كِفْلٌ

مِّنْهَا ۗ وَكَانَ اللَّهُ عَلَىٰ كُلِّ شَيْءٍ مُّقِيبًا

Artinya: Barang Siapa yang memberi pertolongan yang baik niscaya akan memperoleh bagian (pahala) darinya. Allah Maha kuasa atas segala sesuatu.¹⁷ Siapa yang memberi pertolongan yang buruk niscaya akan menanggung bagian (dosa) darinya. Allah Maha Kuasa atas segala sesuatu.

d. Tanggung Jawab (*Responsibility*)

Pembisnis Islam haruslah memiliki sifat amanah atau percaya. Dengan sifat amanah pembisnis akan bertanggung jawab atas segala yang mereka lakukan dalam hal muamalahnya. Bertanggung jawab dengan selalu menjaga hak-hak manusia dan hak-hak Allah dengan tidak melupakan kewajiban sebagai manusia sosial dan makhluk ciptaan Allah SWT.

Kebebasan tanpa batas adalah suatu hal yang mustahil dilakukan oleh manusia karena tidak menuntut adanya pertanggungjawaban, untuk memenuhi tuntutan keadilan dan kesatuan, manusia perlu mempertanggungjawabkan perilaku yang dilakukannya. Secara logis prinsip tersebut berhubungan erat dengan prinsip kehendak bebas dilakukan oleh manusia dengan tanggung jawab atas tindakannya.¹⁸

Sebagaimana firman Allah dalam Q.S Al-Mudahir: 38

كُلُّ نَفْسٍ بِمَا كَسَبَتْ رَهِيْنَةٌ ﴿٣٨﴾

Artinya: Tiap-tiap dari bertanggung jawab atas apa yang telah diperbuatnya.

e. Kebajikan (*Ihsan/kebenaran*)

¹⁷ QS, An-Nisa :85

¹⁸ Faisalbadroen, *Etika Bisnis Dalam Islam*, (Jakarta: Kencana, 2006), h. 100.

Kebajikan adalah melakukan amal saleh atau perbuatan baik yang dapat bermanfaat baik orang lain tanpa ada kewajiban untuk melakukan amalan-amalan yang meliputi ibadah, dan amal saleh atau berbuat baik seperti kita melihat Allah, jika kita tidak mampu maka relasikanlah atau yakinlah bahwa Allah melihat kita dalam setiap tindakan. Kebajikan adalah perilaku (sikap) kesukarelaan dan keramahan.¹⁹

2. *Hasan dan Qabih* (baik atau buruk)

Menurut ulama Hanafiyah setiap tindakan harus mengandung nilai-nilai yang diinginkan, dan yang pada dasarnya nilai baik dan buruk itu dapat ditangkap oleh pikiran manusia, tetapi berbuat baik dan menjauhi keburukan bukanlah perintah wajib dari pikiran, melainkan perintah agama. Baik adalah nilai yang mengacu pada kebahagiaan, kebanggaan, hiburan, berharga dan bermanfaat bagi kehidupan manusia. Buruk adalah semua perilaku dan gerakan yang tidak disukai oleh banyak orang, tidak dikenal oleh akal, dan tidak diterima oleh pikiran.²⁰

Sejalan dengan pandangan Islam yang benar dan salah. Tingkah laku, tindakan, atau gerakan manusia dalam berbagai situasi dan pilihan dapat menjadi nilai yang baik dan buruk. Penentuan nilai tindakan manusia yang baik dan buruk diselesaikan dengan berbagai kritik. Dalam ajaran Islam, tolak ukur untuk mengetahui baik buruknya suatu gerak didasarkan pada Al-Qur'an dan hadits Nabi Muhammad.

¹⁹ Khoiruddin, *Etika Bisnis dalam Islam*, (Bandar Lampung: LP2M, 2015), h.53.

²⁰ Hafid Rustiawan, "Prespektif Tentang Makna Baik dan Buruk", *Geneologi PAI*, No. 02, Vol. 6, (Juli-Desember, 2019), h. 137.

I. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang terfokus pada analisis pelayanan bisnis Garasi *cafe* di Bojonegoro prespektif etika bisnis Islam. Berikut metode penelitian yang akan digunakan:

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian *field research*. Penelitian yang menggunakan kenyataan atau realitas lapangan sebagai sumber data primer yang objek utamanya bisnis yang dilakukan pada Garasi *cafe* Bojonegoro. Selain itu, dalam penelitian ini juga menggunakan penelitian kepustakaan (*library research*), yang dilakukan sebagai pendukung pada penelitian ini menggunakan berbagai literatur yang relevan yang berkaitan dengan analisis pelayanan bisnis Garasi *cafe* di Bojonegoro prespektif etika bisnis Islam.

2. Sifat Penelitian

Penelitian ini bersifat deskriptif analisis yaitu penelitian yang bertujuan untuk mendiskripsikan dan menganalisis mengenai subjek yang diteliti.²¹ Dari berbagai data yang telah dikumpulkan akan diolah dan dianalisis terkait analisis pelayanan bisnis Garasi *cafe* Bojonegoro prespektif etika bisnis Islam.

3. Sumber Data

Peneliti mengumpulkan data atau informasi dengan cara membaca, mengutip, dan menyusun berdasarkan data-data yang diperoleh. Dalam penulisan skripsi ini peneliti peroleh berasal dari data primer dan sekunder.

²¹ M. Nasir, *Metode Penelitian*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 1998), h. 63.

a. Data Primer

Data primer dalam penelitian ini dapat diperoleh dari pimpinan, *marketing* ataupun karyawan. Sumber data primer dalam penelitian ini dapat diperoleh dari hasil penelitian yang dilakukan di Garasi *cafe* Bojonegoro. Untuk melihat pelayanan yang dilakukan oleh pimpinan maupun oleh karyawan.

b. Data Sekunder

Sumber data sekunder (data tidak langsung) adalah data yang diperoleh dari laporan-laporan atau data data yang dapat dilihat dari responden serta diperoleh dari literatur-literatur seperti dokumen, buku-buku referensi, jurnal, dan lainnya yang berkaitan dengan analisis pelayanan bisnis Garasi *cafe* Bojonegoro prespektif etika bisnis Islam.

4. Metode Pengumpulan Data

Melihat dari permasalahan yang akan diteliti, maka peneliti menggunakan beberapa metode dalam mengumpulkan data, diantaranya:

a. Metode Observasi

Metode observasi atau pengamatan langsung adalah kegiatan pengumpulan data dengan melakukan penelitian langsung terhadap kondisi lingkungan objek penelitian yang mendukung kegiatan penelitian sehingga didapat gambaran secara jelas tentang kondisi objek penelitian tersebut.²²

b. Metode Wawancara

²² Syofian Siregar, *Statistik Deskriptif untuk Penelitian*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2012), h. 60.

Wawancara adalah suatu bentuk komunikasi verbal. Jadi, semacam percakapan yang bertujuan memperoleh informasi. Dalam metode ini wawancara ditujukan kepada pihak Garasi *cafe* Bojonegoro.

c. Metode Kepustakaan

Metode kepustakaan yaitu sebuah penelitian yang bertujuan guna mendapatkan data sekunder melalui penelaahan terhadap beberapa buku literatur, tulisan-tulisan ilmiah yang berkaitan dengan strategi bisnis agar mampu menerapkan etika bisnis Islam didalamnya.²³

5. Teknik Analisis Data

Penelitian ini membahas tentang analisis pelayanan bisnis Garasi *cafe* Bojonegoro prespektif etika bisnis Islam dengan menggunakan analisis deskriptif. Data yang terkumpul baik melalui observasi, wawancara, serta dokumentasi dikumpulkan dari berbagai sumber baik langsung maupun tidak langsung dan disajikan dalam bentuk tulisan kemudian dilakukan analisis.

Teknik analisis data yang dipakai dalam penulisan proposal ini adalah analisa yang bersifat kualitatif, maksudnya adalah penelitian dilakukan hanya berdasarkan pada fakta yang ada atau fenomena yang ada dan ditemui dari lapangan penelitian, kemudian dipaparkan dalam bentuk deskriptif.

J. SISTEMATIKA PEMBAHASAN

Dalam penulisan skripsi diperlukan sistematika pembahasan agar lebih jelas terkait isi skripsi ini. Berikut adalah sistematika pembahasan skripsi:

²³ Husein Umar, *Metode Riset Bisnis*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2002), h. 94.

Bab I : PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang masalah, definisi operasional, identifikasi dan batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, penelitian terdahulu kerangka teori, metode penelitian, sistematika penelitian.

Bab II : KERANGKA TEORETIS

Bab ini menjelaskan teori-teori yang digunakan sebagai literatur kepustakaan. Mencakup teori mengenai Pelayanan, Bisnis, Etika Bisnis Islam, Pelayanan bisnis Islam, dan *hasan wa qabih*.

Bab III : DESKRIPSI LAPANGAN

Bab ini berisi deskripsi peneliti mengenai gambaran umum Garasi *Cafe* Bojonegoro dan permasalahan yang terjadi yaitu analisis pelayanan bisnis Garasi *cafe* Bojonegoro prespektif etika bisnis Islam.

Bab IV : TEMUAN DAN ANALISIS

Bab ini menjelaskan hasil temuan dan analisis penelitian mengenai analisis pelayanan bisnis Garasi *cafe* Bojonegoro prespektif etika bisnis Islam.

Bab V : PENUTUP

Bab ini berisikan kesimpulan dan saran, kesimpulan dari hasil penelitian tersebut bertujuan untuk menjawab rumusan masalah dari penelitian. Dalam bab ini juga berisi saran yang ditujukan pada akademisi atau peneliti yang akan melakukan penelitian di masa mendatang.